



UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Harsono RM No. 67 Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan
Kampus II : Jl. Raya Perjuangan, Bekasi Utara Telp : 021. 88955882
Website: www.ubharajaya.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: SKET/047/II/2024/FEB-UBJ

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIP : 2206560
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menerangkan bahwa nama :

1. Nama : Luluk Fitri Wijaya¹
NPM : 201910325473
Jabatan : Mahasiswa Prodi Manajemen
2. Nama : Agus Dharmanto, S.E., M.M.²
NIDN : 0305087310
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
3. Nama : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M.³
NIDN : 0329017202
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen

Adalah benar sebagai Penulis pada JURNAL ECONOMINA dengan judul "*PENGARUH PROMOSI ONLINE INSTAGRAM DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN TRANSERA WATERPARK DI KABUPATEN BEKASI*" telah terbit pada Volume 2, Nomor 10, e-ISSN: 2963-1181, Oktober 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 12 Januari 2024



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIP : 2206560

Tembusan:
- Arsip.

PENGARUH PROMOSI ONLINE INSTAGRAM DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN TRANSERA WATERPARK DI KABUPATEN BEKASI

Luluk Fitri Wijaya¹, Agus Dharmanto², Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo³

^{1,2,3}Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: lulukfitri2020@gmail.com¹

Article History

Received : 02-10-2023

Revised : 14-10-2023

Accepted : 18-10-2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan apakah Promosi Online Instagram Dan Daya Tarik Wisata Secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjungan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif deskriptif. Kuantitatif deskriptif dipilih karena sesuai dengan judul dan tema penelitian yaitu untuk menguji dan mengetahui suatu hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini yaitu para pengunjung atau wisatawan yang mengunjungi Transera Waterpark Bekasi. Pada jumlah populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu jumlah pengunjung pada tahun 2022 yaitu sebanyak 250.425 orang. Penelitian ini menggunakan purposive sampling. Sehingga pada penelitian ini peneliti harus mengambil sampel sebesar 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis untuk mengetahui adanya pengaruh Promosi Online Instagram dan Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjungan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Promosi Online Instagram Dan Daya Tarik Wisata Secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjungan.

Kata Kunci: Daya Tarik; Minat Kunjungan; Promosi Online Instagram

Keywords: Attractiveness; Interest in Visits; Instagram Online Promotion

ABSTRACT

This study aims to find out and prove whether Instagram Online Promotion and Tourist Attractiveness Simultaneously and partially have a significant effect on Visit Intentions. This study uses a descriptive quantitative research design. Quantitative descriptive was chosen because it is in accordance with the title and theme of the research, namely to test and find out a relationship between the independent variables and the dependent variable. The population in this study are visitors or tourists visiting Transera Waterpark Bekasi. The number of population specified in this study is the number of visitors in 2022, namely 250,425 people. This study used purposive sampling. So that in this study the researcher had to take a sample of 100 respondents. Based on the results of research that has been carried out by the author to determine the influence of Instagram Online Promotion and